

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Vendula Parkosová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Udržitelnost a společenská odpovědnost vybraného podniku

Hodnotitel – oponent: Ing. Hana Kunešová, Ph.D.
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Autorka v různých částech práce uvádí různě formulované cíle, což působí nepřehledně. Podle Úvodu je hlavním cílem práce "analýza povědomí veřejnosti o společenské odpovědnosti obecně a ve firmě Plzeňský Prazdroj." Analýza je výzkumná metoda, domnívám se, že sama o sobě by analýza neměla být cílem. Postrádám v Úvodu informaci, co bylo cílem analýzy. Další cíl je uveden na s. 36: "zjistit úroveň společenské odpovědnosti v pivovaru Plzeňský Prazdroj a porovnat ji se společenskou odpovědností společnosti Pivovary Staropramen". Na s. 62 je uvedeno: "Hlavním cílem výzkumu je tedy na základě všech dostupných informací zjistit, jakým způsobem společnost Plzeňský Prazdroj aktuálně přistupuje ke společenské odpovědnosti v rámci všech třech pilířů (sociálního, environmentálního a ekonomického) a srovnat ji s jejím konkurentem působícím ve stejném odvětví." V závěru autorka uvádí: "Cílem přeložené diplomové práce bylo tedy zjištění, na kolik jsou lidé seznámeni s výše zmiňovaným pojmem a jaká je mezi veřejností informovanost o společensky odpovědných aktivitách a kampaních realizovaných Plzeňským Prazdrojem."

Uvedené cíle byly splněny, i když k vyhodnocení dotazníkového šetření mám výhrady (viz dále).

V teoretickém základu práce jsou některé podkapitoly zpracovány spíše jako výpisky z jednoho zdroje, např. podkapitola 1.2 odkazuje pouze na Ministerstvo pro místní rozvoj, podkapitola 1.4 odkazuje pouze na Ministerstvo životního prostředí (a to i v částech, které se týkají např. Agendy 2030 přijaté OSN), text o vlivu sociálních médií na CSR na s. 22 odkazuje pouze na zdroj Jones (2014). V některých částech teoretického základu převažují české zdroje z let 2010-2013, bylo by vhodné čerpat i z aktuálnějších českých a zahraničních zdrojů včetně vědeckých článků.

V praktické části práce na s. 64 je uvedeno 7 hypotéz. Odůvodnění hypotéz je však pouze u hypotézy č. 3 a č. 4 (je uveden odkaz na průzkum, ze kterého tyto hypotézy vycházejí). U hypotéz č. 2, 5, 7, které uvádějí konkrétní procenta respondentů, není jasné, na základě čeho autorka procenta v hypotézách stanovila. Při vyhodnocování dotazníkového šetření se autorka omezila na vyhodnocení odpovědí na jednotlivé otázky, chybí porovnání s odpověďmi na jiné otázky. Bylo by zajímavé zjistit, jak odpovídali na některé otázky týkající se společenské odpovědnosti společnosti Plzeňský Prazdroj respondenti podle věku, vzdělání a dalších charakteristik (např. respondenti, kteří nakupují/nenakupují a konzumují/nekonzumují produkty společnosti Plzeňský Prazdroj, viz odpovědi na otázky č. 10 a č. 11).

U otázky č. 8 nepovažují za vhodné zařadit odpověď "firma pečující o své zaměstnance", protože náhodně vybraní respondenti, kteří ve společnosti nepracují, to mohou jen obtížně posoudit.

Při zhodnocení výsledků dotazníkového šetření na s. 89 autorka uvádí: "Dotazníkové šetření odhalilo mírné nedostatky v informovanosti o společenské odpovědnosti Plzeňského Prazdroje, jelikož někteří respondenti o aktivitách zmiňovaného pivovaru nemají příliš povědomí." Na s. 90 však autora neuvádí "někteří" respondenti, ale "skoro polovina" ("skoro polovina dotazovaných o odpovědném chování zmiňovaného pivovaru nevěděla a není si jista, zda zaregistrovala nějakou jeho kampaň z této problematiky"). Je škoda, že ve vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření nejsou uvedené charakteristiky těchto respondentů, které bylo možné získat z jejich odpovědí na další otázky v dotazníku. Důsledkem toho je, že návrhy v kapitole 6 na zvýšení informovanosti o odpovědném chování pivovaru jsou určeny pro bližší neidentifikovanou skupinu. Některé návrhy jsou obecné nebo je jejich realizace diskutabilní: Je klíčenka, která má sloužit jako otvírák, dostatečně velká, aby se na ni vešel slogan "*Pojďte do toho s námi, aneb odpovědným chováním k lepšímu životu*"? Je pivní podtácek dostatečně velký, aby na něj bylo možné zobrazit neodpovědné chování, respektive jeho důsledky, a logo Plzeňského Prazdroje? Ověřila si autorka, zda návštěvníci restaurace by v restauraci preferovali čtení informační brožurky o odpovědném chování pivovaru, "pokud by měli volnou chvíli, místo trávení času na mobilním telefonu, což je v dnešní době zlovykem mnoha lidí"? Komu by měl Plzeňský Prazdroj nabízet samostatné semináře o strategii udržitelnosti? V jakém typu škol by měl pivovar nabízet semináře o odpovědné konzumaci alkoholu?

Formální a jazykové zpracování je velmi dobré. Vzorce by měly být číslovány a proměnné uvedené ve vzorcích by měly být vysvětlené. Autorka v práci důsledně odkazuje na použité zdroje, citace zdrojů jsou zapsané správně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Na s. 44 zmiňujete, že reklama společnosti Plzeňský Prazdroj na webových stránkách a sociálních sítích se řídí přísnými pravidly obsaženými v "Digital Guiding Principles", ale konkrétní pravidla neuvádíte (na s. 59 je také jen zmínka o přísných pravidlech na propagaci alkoholu). Na s. 49 a 57 zmiňujete, že Pivovary Staropramen mají přísná pravidla pro propagaci alkoholu. Pokud máte k dispozici konkrétní informace o uvedených pravidlech, porovnejte pravidla obou společností, kterými se řídí při propagaci alkoholu.